

在宅センターの課題からDXの成果まで ITベンダーと経営／現場の視点で検証

「5年後のコンタクトセンター研究会」の研究成果報告会は、ソリューション／サービス分科会、ストラテジー分科会、マネジメント分科会が、それぞれDX(デジタルトランスフォーメーション)や在宅シフトをテーマにパネルディスカッションを行った。

ソリューション／サービス分科会

顧客対応・業務管理の自動化検証 「コンタクトセンターDX」の行方

ソリューション／サービス分科会では、近年、期待の高まる「コンタクトセンターDX」に焦点をあてた議論が交わされた。

最初に分科会リーダーを務めるCXMコンサルティングの秋山紀郎氏がDXの定義を確認。「DXとは経営を巻き込んだデジタル変革であり、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、

競争上の優位性を確立することを目的とする」と述べ、現在進行中の“デジタルシフト”や“デジタルイノベーション”との違いについて指摘した。さらに、現在、コンタクトセンターで導入されるITソリューションを挙げ、DXによる顧客対応・業務管理の自動化の範囲・効果について疑義を呈し、パネルディスカッションで討議した。

パネリストには、モビルスの石井智宏氏、NTTテクノクロスの木村 学氏、PRAZNAの佐野 浩太郎氏が登壇。最初に各社のビジネス概況とデジタル活用案件の状況について紹介したうえで、「顧客対応・業務管理の自動化の範囲と効果」について意見を求めた。ここでは、定型業務もしくは“答えのある業務”は自動化できると結論づけた。例えば、手続き業務は自動化できるが、人間の判断が必

要なものは自動化できない。FAQの自動生成に関しては、候補の作成は自動化できるが、掲出については人間の最終判断が必要と述べられた。

後半は、数年先を見据えたコンタクトセンター／カスタマーサポートの変化について議論。マーケティングとサポートの融合、ビデオコンタクトセンターの普及、自動翻訳の進化などが挙げられた。とくに自動翻訳は、国境や言語を超えた顧客対応の実現、グローバル・コンタクトセンターの出現などの未来像が描かれた。

ストラテジー分科会

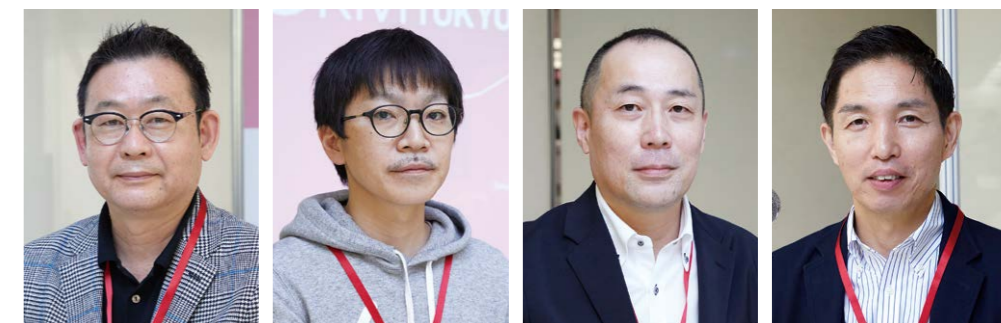
継続・推奨・経営貢献 「DX」がもたらす成果を検証

ストラテジー分科会の発表テーマは、「継続・推奨・経営貢献『DX』がコンタクトセンターにもたらす成果」。パネリストは、アドビの辻寿氏、ヤマトコンタクトサービスの澁谷 毅氏、ヘイの大貫竜平氏。モデレーターはストラテジー分科会のリーダーであるISラボの渡部弘毅氏が務めた。

コンタクトセンターやカスタマーサービスのDXについて、まず渡部氏がチャットボットの解決率

の低さとネガティブな印象の多さについて言及。数年前からチャットボットを導入してきたヤマトコンタクトサービスの澁谷氏は「ゴールやKPIを明確にすることが重要。本来手段であるDXが目的になるとツールを導入するだけで終わるが、それでは経営貢献にも顧客満足にもつながらない」と強調した。これに対して、大貫氏は「デジタル化はとくに顧客データが顧客IDや企業のKGI、KPIと紐付いて還流することが肝になる」とポイントを指摘。

アドビの辻氏は「7～8年前にサブスクリプション形態に移行してから、デジタル技術を用いて試用から購買、再購買に至るカスタマージャーニーを追跡できるようになりました。これにより、アフターサービスにとどまらないCXを提供する部門が変わったことを実感しています」と自社の事例を説明した。



ストラテジー分科会

左から、ISラボ代表 渡部弘毅氏、ヘイ カスタマーズ部門オペレーション本部 本部長 大貫竜平氏、ヤマトコンタクトサービス ICT戦略部 部長 澁谷毅氏、アドビ デジタルメディア・カスタマーサービス&サポート統括本部長 辻寿氏

マネジメント分科会

採用、研修、メンタルケア 在宅コンタクトセンターの課題

マネジメント分科会の発表には、リーダーであるクリエイトキャリアの寺下 薫氏、Me-Riseの東峰ゆか氏、ヤフーの吉谷聡史氏、アフラック生命保険の桂 結季氏が登壇し、在宅コンタクトセンターの課題を検証した。

「在宅運用の前後で課題は変わることが分かりました。運用前は必要なシステム、生活音などの環境、個人情報保護について検討を進め、いざ運用が始まると、SVの

業務負荷やコミュニケーション不足など人材管理の課題が浮かぶ」と寺下氏が説明。実際に在宅コンタクトセンターを運用するヤフーでも人材管理手法を見直し、吉谷氏は社員のコンディションを数値化、体調悪化を予防する取り組みを発表した。

桂氏は、800名超が在籍する大規模センターで行った、意識醸成やセキュリティ教育などの取り組みを披露。同社では、業務に必要な機材を自宅で組み立てられるよう、説明書の作成やトレーニングを実施。自立意識を促すとともに、在宅勤務に不安を抱えるオペレーター1人ひとりに必要なサポートをヒアリングし、在宅勤務用のダブルディスプレイを支給するなど環境整備につなげていった。結果、目標の1.5倍の人数が在宅勤務を経験した。発表を聞いた東峰氏は、「両社ともかなり根気のいる取り組みで、お手本になり得る感じます」と述べた。



マネジメント分科会

左から、クリエイトキャリアの代表 寺下 薫氏、Me-Riseの代表取締役社長 東峰ゆか氏、ヤフーのマーケティングソリューションズ統括本部 第四営業本部 セールスサポート部 部長 吉谷聡史氏、アフラック生命保険のコンタクトセンター統括部 コンタクトセンター業務課 主任 桂 結季氏



ソリューション／サービス分科会

左より、モビルス 代表取締役社長 石井智宏氏、NTTテクノクロス カスタマーエクスペリエンス事業部 営業部門統括マネージャー 木村 学氏、PRAZNA 執行役員 ソリューションビジネス本部本部長 佐野 浩太郎氏、CXMコンサルティング 代表取締役社長 秋山紀郎氏